



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Daftar Pustaka

Buku

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Baiquni, A. (2019, Juli 30). *Pengaruh Besar Media Sosial Atas Keputusan Traveling Gen Z*. Retrieved from Dream.co.id: <https://travel.dream.co.id/news/pengaruh-besar-media-sosial-atas-keputusan-traveling-gen-z-1907302.html>
- Biaudet, S. (2017). Influencer Marketing as a Marketing Tool. *Yrkeshögskolan Arcada*, 11.
- Brown, D., & Fiorella, S. (2013). *Influence Marketing: How to Create, Manage, and Measure Brand Influencers in Social Media Marketing*. Seattle: Pearson.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Oxon: Routledge.
- Codrington, G., & Marshall, S.-G. (2004). *Mind the Gap*. Penguin.
- Diamond, S. (2019). *Digital Marketing All-In-One For Dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E. A. (2010). A First Look at Communication Theory. In E. A. Griffin, *A First Look at Communication Theory* (p. 206). Boston: McGraw Hill.
- Hakim, I. N.

- (2019). Media Promosi Yang Ramah Wisatawan Milenial. *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 13 (2), 1-23.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: MedPress.
- Kemp, S. (2020, Februari 18). *Digital 2020: Indonesia*. Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited .
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., Browen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Harlow: Pearson.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sammis, K. (2016). *Influencer Marketing For Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Singh, S. (2012). *Social Media Marketing for Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solis, B. (2010). *Engage*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Solomon, M. R. (2019). *Marketing Real People, Real Choices*. New York: Pearson.
- Sugianto, D. (2020, Februari 26). *Wishnutama Mau Gelontorkan Rp 72 M untuk Influencer Asing, Buat Apa?* . Retrieved from detikFinance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4915734/wishnutama-mau-gelontorkan-rp-72-m-untuk-influencer-asing-buat-apa>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,. Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Adinda, S. & Pangestuti, E., (2019) Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang Terhadap Minat Berkunjung *Followers* Ke Suatu Destinasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 72 No. 1. 176-182

- Dewi, H. L., & Yuliati, R. (2018). Motivasi dan Perilaku Penggunaan Media Sosial Generasi Z dalam Melakukan Perjalanan Wisata . *Jurnal Ilmu Komunikasi, ULTIMACOMM, Vol 10 No.1* , 21-32.
- Ekawaty, N., Athallah, D. H., & Anwar, F. A. (2020). Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS 7 (1)*, 1-11.
- Hakim, I. N. (2019). Media Promosi Yang Ramah Wisatawan Milenial. *Jurnal Kepariwisata Indonesia 13 (2)*, 1-23.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *STIE IBMT Surabaya dan Human Resource Society*, 141.
- Johansen, I. K. & Guldvik, C. S., 2017. *Influencer Marketing and Purchase Intentions: How does influencer marketing affect purchase intentions*. Master thesis in Marketing and Brand Management. Bergen: Norwegian School of Economics
- Littlejohn, A. (2008). The Tip of the Iceberg: Factors Affecting Learner Motivation . *Volume 39 Issue 2*, 109.
- Munawwaroh, P. R., (2018). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. *JOM FISIP*, 2-12.
- Nifita, T. N. & Arisontha, E., (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *MENKEU Vol. 7, No. 02*. 169-179
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*.
- Sholikha, E. A., & Sunarti. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.Cobanraja). *Vol 70, No 1*.
- Soebagyo, T., & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Store Image terhadap Purchase Intention di TOSERBA "Ramai" Ngawi. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN Vol. 1, No. 2*, 1-9.

Skripsi/Thesis

- Febbyana, Deka. 2018. *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Berkunjung Konsumen (Studi Kuantitatif mengenai Pengaruh Kandungan Pesan Foto,*

Gaya Komunikasi, dan Kualitas Informasi pada akun Instagram Klinik Kopi terhadap Minat Berkunjung Konsumen ke Klinik Kopi di Yogyakarta Tahun 2017). Skripsi Komunikasi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Internet

- Adharsyah, T. (2019, Agustus 27). *Wisatawan Anjlok, Pariwisata RI Tak Bisa Andalkan Bali Lagi*. Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/news/20190827150044-4-95067/wisatawan-anjlok-pariwisata-ri-tak-bisa-andalkan-bali-lagi](https://www.cnbcindonesia.com/news/20190827150044-4-95067/wisatawan-anjlok-pariwisata-ri-tak-bisa-andalkan-bali-lagi)
- Adhinaya, G. B. (2018, Agustus 1). *Penelitian Mengungkap Bahwa Perempuan Lebih Emosional daripada Lelaki*. Retrieved from <https://nationalgeographic.grid.id/read/13909727/penelitian-mengungkap-bahwa-perempuan-lebih-emosional-daripada-lelaki?page=all>
- Aditya, N. R. (2020, Januari 16). *5 Fakta Tren Wisata Generasi Milenial Indonesia pada 2019*. Retrieved from Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2020/01/16/061800327/5-fakta-tren-wisata-generasi-milenial-indonesia-pada-2019?page=all>
- Arah. (2019). *Digital Tourism Efektif Promosikan Potensi Pariwisata*. Retrieved from Arah: <https://www.arah.com/article/48736/digital-tourism-efektif-promosikan-potensi-wisata.html>
- Artikel: *Website Resmi Pemerintah Kabupaten Buleleng*. (2018, Oktober 8). Retrieved from Generasi Milenial Dalam Pariwisata: <https://bulelengkab.go.id/detail/artikel/generasi-milenial-dalam-pariwisata-66>
- Baiquni, A. (2019, Juli 30). *Pengaruh Besar Media Sosial Atas Keputusan Traveling Gen Z*. Retrieved from Dream.co.id: <https://travel.dream.co.id/news/pengaruh-besar-media-sosial-atas-keputusan-traveling-gen-z-1907302.html>
- businessdictionary. (2020, Maret 27). *Influencers*. Retrieved from businessdictionary: <http://www.businessdictionary.com/definition/influencers.html>
- Dhofirur. (2020, Januari 31). *Pilih Traveling Dengan Kendaraan Pribadi Atau Umum? Yuk Simak Jawabannya*. Retrieved from jalanbareng.com: <https://www.jalanbareng.com/pilih-traveling-dengan-kendaraan-pribadi-atau-umum-yuk-simak-jawabannya/>
- Dionysisus. (2019, Oktober 30). *Kumparan*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/tugujogja/membaca-tren-generasi-milenial-dalam-travelling-1s911qJ2HKb/full>
- Hasibuan, L. (2018, April 16). *Ketimbang Fesyen, Gen-Z Lebih Suka Belanja Kuliner*. Retrieved from CNBCIndonesia.com:

- <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180416161122-33-11176/ketimbang-fesyen-gen-z-lebih-suka-belanja-kuliner/1>
- Gewati, Mikhael. (2019, Maret 03). *BI: Industri Pariwisata Jadi Sektor Paling Hasilkan Devisa*. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi--industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa>
- Instagram. (2020, Maret 28). *about.instagram*. Retrieved from Instagram.com: <https://about.instagram.com/features>
- Kumparan. (2018, November 19). Retrieved from Kamu Termasuk Generasi Z Selfie atau Generasi Z Pengubah Dunia?: <https://kumparan.com/gabriella-sheena/kamu-termasuk-generasi-z-selfie-atau-generasi-z-pengubah-dunia-1542625524684840492/full>
- Lee, K. (2019, Desember 3). *SproutBlog*. Retrieved from SproutSocial: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-features/>
- Matthew, J. (2018, July 30). *Understanding Influencer Marketing And Why It Is So Effective*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2018/07/30/understanding-influencer-marketing-and-why-it-is-so-effective/#20f31a5e71a9>
- Miladi, Himam. (2017, Desember 13). *Kompasiana*. Retrieved from Kompasiana: Generasi Z dan Liburan yang "Kekinian". <https://www.kompasiana.com/primata/5a309af1cf01b476145ad644/generasi-z-dan-liburan-yang-kekinian>
- Nicholas, R.A., (2020, Januari 16). *Travel Kompas*. Retrieved from Kumparan: 5 Fakta Tren Wisata Generasi Milenial Indonesia pada 2019. <https://travel.kompas.com/read/2020/01/16/061800327/5-fakta-tren-wisata-generasi-milenial-indonesia-pada-2019?page=all>
- Pertimi, W. K., (2018, Desember 12). *Tekno Kompas*. Retrieved from Kompas: Makin Banyak Gen Z di Indonesia yang Gemar Melancong Sambil Berfoto. <https://tekno.kompas.com/read/2018/12/21/16030047/makin-banyak-gen-z-di-indonesia-yang-gemar-melancong-sambil-berfoto>
- Pradana, E. A. (2018, Agustus 8). *blog: Nagari Studio*. Retrieved from Nagari Studio: <https://www.nagaristudio.com/blog/pentingnya-foto-produk-untuk-bisnis/>
- Pratama, A. (2020, Januari 19). *Lebih Kritis, Mayoritas Milenial dan Gen Z Riset Produk Lewat Internet Sebelum Membeli*. Retrieved from iNews.id: <https://www.inews.id/finance/bisnis/lebih-kritis-mayoritas-milenial-dan-gen-z-riset-produk-lewat-internet-sebelum-membeli>

- Setiawan, B. (2019, Juli 30). *Tempo.co*. Retrieved from Travel.Tempo: Begini Generasi Z Merencanakan Traveling, Ayo Tangkap Peluangnya. <https://travel.tempo.co/read/1230339/begini-generasi-z-merencanakan-traveling-ayo-tangkap-peluangnya/full&view=ok>
- Setiawan, S. R. (2019, Mei 6). *Gen Z Mulai Masuk ke Dunia Kerja, Apa Bedanya dengan Milenial?* Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2019/05/06/132832226/gen-z-mulai-masuk-ke-dunia-kerja-apa-bedanya-dengan-milenial?page=all>
- Gabriella. (2020, Januari 25). *Traveloka*. Retrieved from Traveloka.com: <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271>
- Necolsen, G. (2018, Januari 22). *Kaltim.Tribunnews*. Retrieved from Kaltim.Tribunnews.com: <https://kaltim.tribunnews.com/2018/01/22/ternyata-ini-salah-satu-kendala-promosi-wisata-di-berau?page=2>
- Wishnutama. (2020, February 26). Wishnutama Mau Gelontorkan Rp 72 M untuk Influencer Asing, Buat Apa? (detik.com, Interviewer)
- Wulandri, Dwi. (2016, Desember 14). *Mix: Marketing Communication*. Retrieved from MIX: Bagaimana Gen-Z dan Millennials Mampu Mengubah Tourism Marketing?. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/bagaimana-gen-z-dan-millennials-mampu-mengubah-tourism-marketing/>